ماركت ماسترز تسجّل مبيعات تجاوزت ٦،٠٠٠ دولار من إعلانات ميتا خلال شهر

استأنف حيدر أسمر العمل مع Business Lab قرابة تشرين الثاني ٢٠٢٥ بعد انقطاع دام ثلاثة إلى أربعة أشهر. وخلال الانقطاع، كانت المبيعات العضوية أقلّ من ١،٠٠٠ دولار شهرياً. يخصّ الرقمان قناتَي بيع مختلفتين. وفي ١٩ تشرين الثاني ٢٠٢٦، كان حيدر لا يزال عميلاً بعد نحو ثلاث سنوات من بداية العلاقة.

كيف عملنا ضمن خدمة Growth Treatment؟



عندما تحوّل الاستفسار إلى صفقة، بقي مصدره مسجّلاً. هكذا حدّدت ماركت ماسترز المبيعات الآتية من إعلانات ميتا في الشهر الأول.

انطلق العمل من استشارات الأعمال والتسويق لوضع الاستراتيجية والخطة التسويقية. أعدّ الفريق محتوى عضوياً للتعريف بحيدر، وكتب محتوى بيع لإعلانات ميتا. وشملت إدارة الإعلانات وشراء المساحات الإعلانية اختبار المحتوى، ثم مراجعة الاستفسارات التي تحوّلت إلى مبيعات مع ماركت ماسترز قبل توسيع الحملات.

ماذا تقول الأرقام؟

المبيعات بعد العودة	أكثر من ٦،٠٠٠ دولار منسوبة إلى إعلانات ميتا في الشهر الأول، وفق سجلّ المبيعات الذي شاركه حيدر مع Business Lab.
تكلفة الرسالة	نحو ٠,٧٠ دولار بعد العودة، مقابل ٥ إلى ١٠ دولارات سابقاً. يعادل ذلك انخفاضاً تقديرياً بين ٨٦٪ و٩٣٪ بحسب الأرقام المُبلّغ عنها.
العملاء الجدد	حوالي ٢٠ عميلاً شهرياً دفعوا للمرة الأولى وجاؤوا من ميتا، ضمن نطاق ١٥ إلى ٢٥ عميلاً على مدى سنة تقريباً بحسب Business Lab.
تكلفة اكتساب العميل	إنفاق ١٥ دولاراً يومياً على مدى ٣٠ يوماً يساوي ٤٥٠ دولاراً. عند اكتساب ٢٠ عميلاً، تبلغ تكلفة الإعلان التقديرية ٢٢,٥٠ دولاراً لكلّ عميل. تُستثنى أتعاب الخدمة الشهرية البالغة ٢،٠٠٠ دولار وتكاليف المبيعات.

ماذا نعرف عن استمرارية العملاء؟

بحسب Business Lab، يتجاوز عدد العملاء المستمرّين من مختلف المصادر ١٠٠ عميل، وبعضهم مستمرّ منذ سنوات. يتطلّب حساب قيمة العميل طوال العلاقة سجلّ دفعاته ومدّة استمراره.

المصدر: رواية Business Lab استناداً إلى سجلّ المبيعات الذي شاركه حيدر ومتابعة الحملات. كانت ماركت ماسترز تدوّن مصدر الاستفسار عند إغلاق الصفقة. لم تخضع النتائج المالية للتحقّق المستقلّ. دراسة الحالة على الموقع